



Sector Corticeiro

Esta semana vou escrever sobre um sector importante e de relevo não só para a economia nacional, bem como para o concelho de Santa Maria da Feira: O sector corticeiro.

Actualmente, Portugal é o maior produtor e exportador de cortiça do mundo tendo uma produção média anual de cerca de 185 mil toneladas (representando cerca de 54% da produção mundial), seguido por Espanha com uma produção de 88 mil toneladas e por Itália com uma produção de 20 mil toneladas (Fonte AP-COR).

Considero que este sector atravessa, no presente, uma fase de transformação e de consolidação, quer em termos de ganhar sinergias em outros sectores económicos, como o sector da construção, bem como aumentar a presença em mercados internacionais emergentes como a China e a Índia.

As empresas do sector posicionam-se no mercado através de uma concentração das suas unidades produtivas, de modo a criar e ganhar vantagens competitivas que tenham reflexo na exportação de produtos diferenciados e de valor acrescentado para nichos específicos de mercado. O exemplo concreto e pragmático desta politica empresarial é a fusão de duas unidades de negócios da Corticeira Amorim

em uma nova – Amorim Cork Composites.

Inicialmente o sector corticeiro estava muito associado ou interligado ao sector vinícola através do fabrico de rolhas mas, nos dias que decorrem, conseguiu alargar a sua esfera de influência e de intervenção a outros sectores, que na maioria dos casos até passa despercebida ao cidadão comum, como por exemplo:

- Sector do Desporto: bolas de golfe, hóquei, baseball, revestimentos de raquetes de ténis e de mesa e alvos para setas, etc;

- Sector da Defesa: aeronáutica militar, explosivos, etc;

- Sector da Construção Civil: Isolamentos térmicos para paredes, pisos e tectos, etc;

- Fins Industriais: pisos, juntas para motores, isolamentos para maquinarias, etc;

Estes são apenas alguns exemplos de sectores e fins que o sector corticeiro tem influência.

Contudo o sector corticeiro atravessa uma forte concorrência face ao aparecimento de produtos sintéticos alternativos. A oxidação que têm vindo a ser detectada nos vedantes sintéticos e a adulteração do vinho pelas cápsulas feitas de alumínio, em períodos de estágio superiores a um ano é um dos factores positivos que levam os produtores vinícolas a continuar a utilizar a rolha. Pessoalmente continuo a preferir a cortiça em comparação com a alternativa dos sintéticos de plásticos. O sector corticeiro deve ser promovido pelas suas vertentes: Económica, Social e Ambiental. É interessante mencionar que Portugal tem cerca de 900 empresas ligadas ao sector de transformação cortiça, cujos

recursos humanos directos ligados a este sector rondam as 14.000 pessoas e criam cerca de 6.500 empregos sazonais. Estes dados mostram a importância do sector na economia nacional.

Portugal para continuar líder neste sector torna-se necessário que as empresas do sector assumam uma estratégia concertada de modo a promover o próprio sector como os seus produtos. Torna-se necessário continuar a apostar em campanhas de marketing de promoção do produto, como por exemplo a levada a cabo pelo José Mourinho, em Inglaterra, onde a notoriedade da sua figura se manifestou na relevância dos benefícios da utilização destes produtos, nomeadamente a rolha no sector vinícola.

Tal como o sector vinícola e do sector vestuário (moda) que soube criar um produto próprio, de qualidade e de marca própria “Made in Portugal”, estou convicto que o sector corticeiro também deveria criar uma estratégia orientada para a criação de uma marca própria, fazendo salientar a relevância de ser produzida pelo mercado nacional. A afirmação dos produtos e marcas nacionais nos mercados internacionais deverá ser o caminho a seguir, pois só assim poderemos competir no sector cada vez mais competitivo e com produtos alternativos.

Apostar nos nossos produtos e serviços é o único caminho que Portugal deve seguir....

Alberto Ferreira
Economista

alferreira@
gabinete-economia.com